

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul **Pengaruh Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen** (Survey pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran“ Yogyakarta yang menggunakan INDOSAT IM3). Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis pengaruh Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas terhadap loyalitas konsumen secara bersama-sama, serta menganalisis pengaruh Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas terhadap loyalitas konsumen secara parsial. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang, dimana jumlah tersebut dianggap telah mewakili populasi yang ada Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data dengan menyebarkan kuisioner. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Dan menggunakan uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian, terbukti bahwa Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran“ Yogyakarta yang menggunakan INDOSAT IM3 dengan angka korelasi sebesar 0,466. Dengan demikian hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Hipotesis 1 didukung, terdapat pengaruh antara Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas terhadap peningkatan loyalitas pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran“ Yogyakarta yang menggunakan INDOSAT IM3.